

Grupo 1: Retail

SHOPIFY

MICHAEL PHILLIPS
MAURICIO GARCÍA

CRISTINA PRIETO
JULISSA HUEBLA



Shopify

- Plataforma de e-commerce que permite a individuos y empresas crear y gestionar tiendas online para vender productos y servicios
- Es usada por +1.7M de negocios en 175 países.
- Ofrece herramientas para:
 - Catálogo de productos
 - Pagos y logística
 - Reportes y marketing



ENFOQUE



BRASIL

R

F

M

RFM

Se definieron 7 segmentos de cliente a partir de la clasificación del RFM. El análisis se centrará en los clientes Monto Alto y clientes Potenciales

Cientes TOP

37

Cientes Buenos Gastadores

9

Cientes Recientes

11,388

Cientes Monto Alto

11,407

Cientes Perdidos

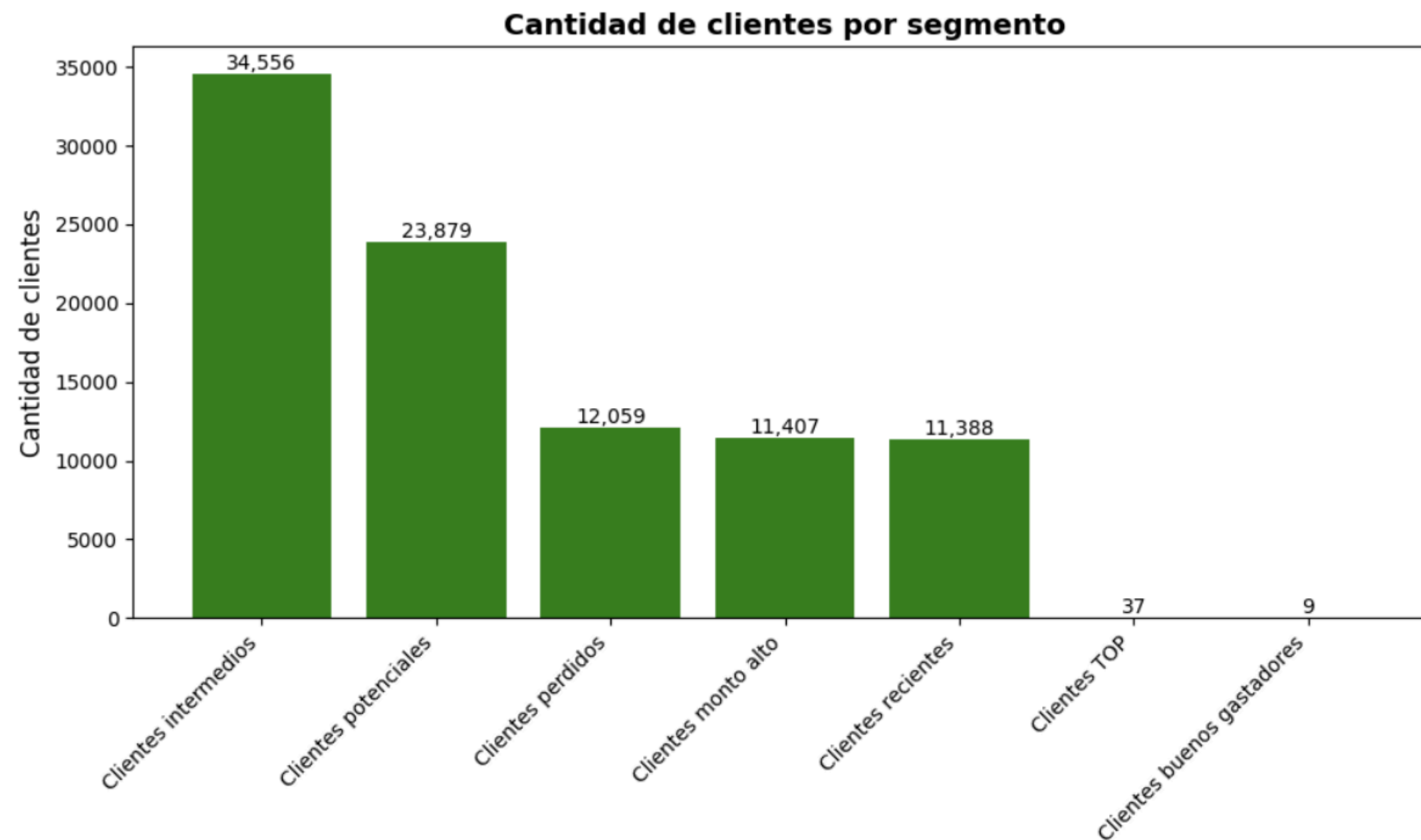
12,059

Cientes Potenciales

23,879

Cientes Intermedios

34,556

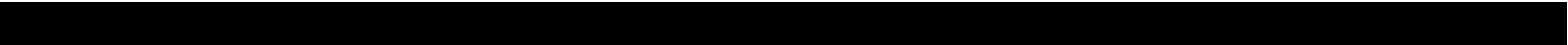




ANALISIS DESCRIPTIVO

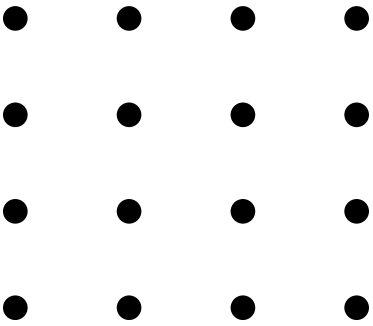
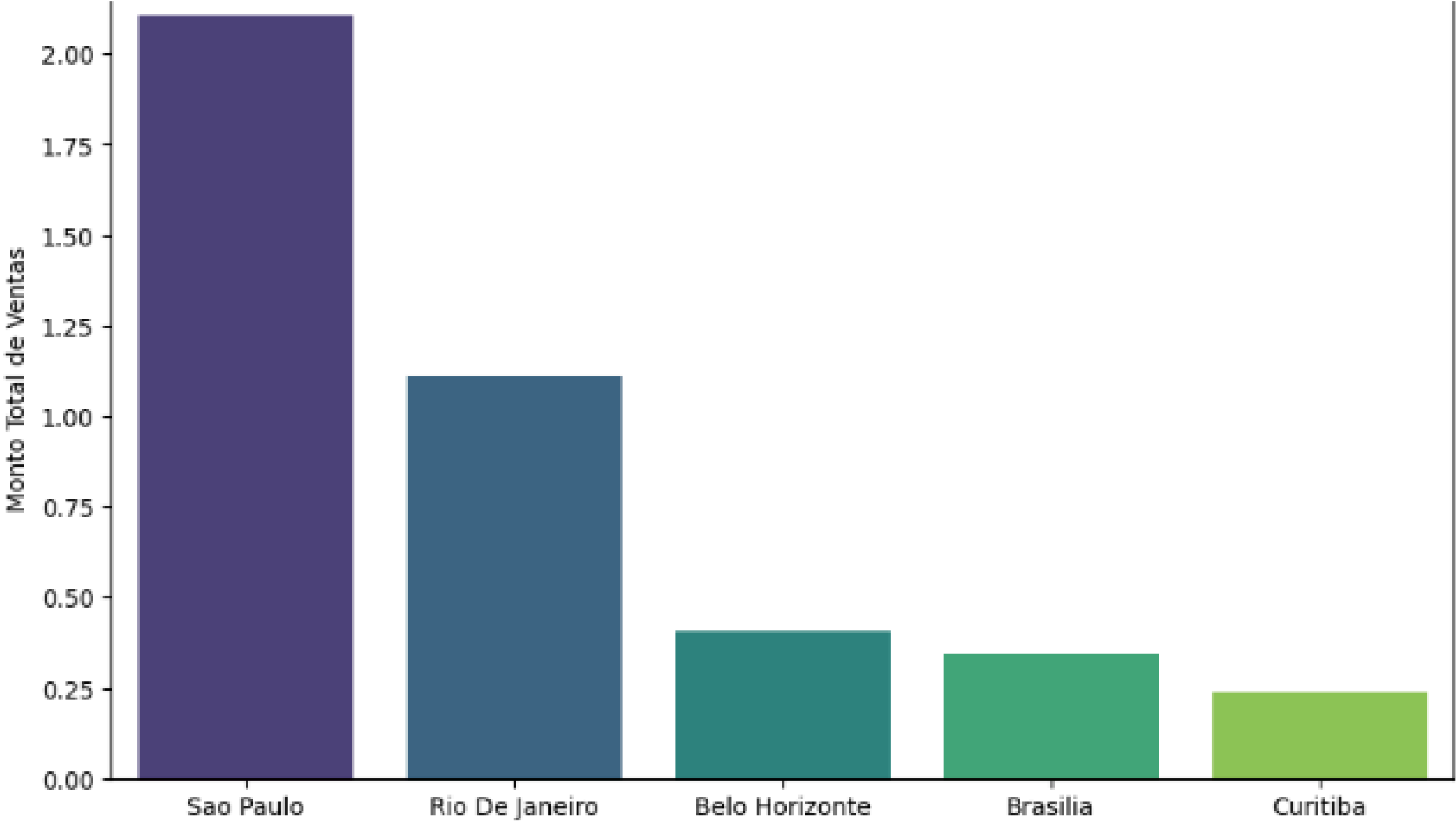


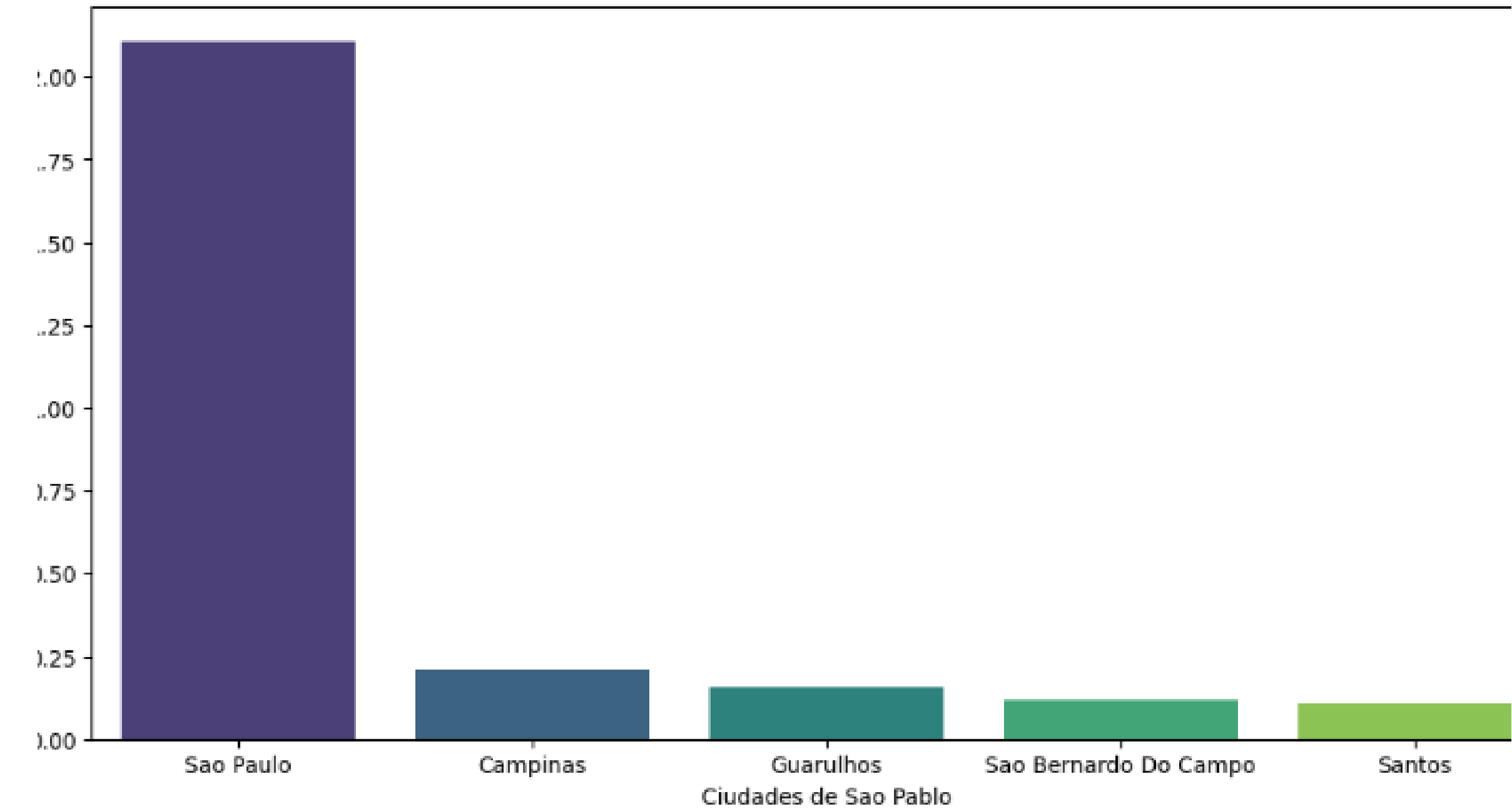
A 4x4 grid of 16 black dots. The dots are arranged in four rows and four columns, forming a square pattern. Each dot is a solid black circle of uniform size. The spacing between dots is consistent both horizontally and vertically.



TOP 5

CIUDADES CON MAYOR VENTA

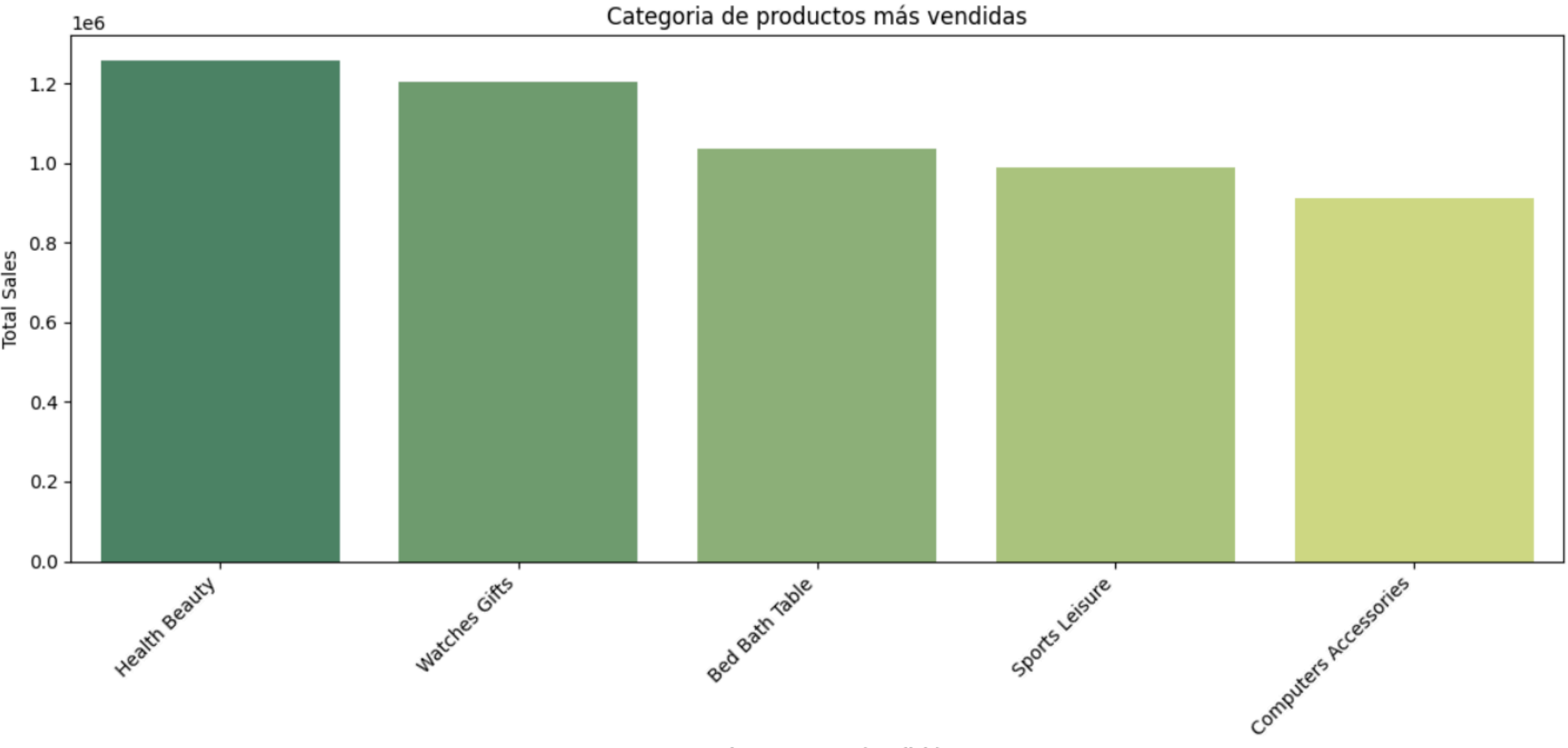
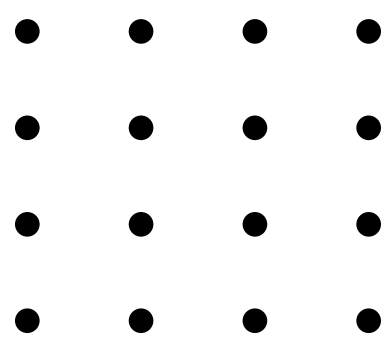




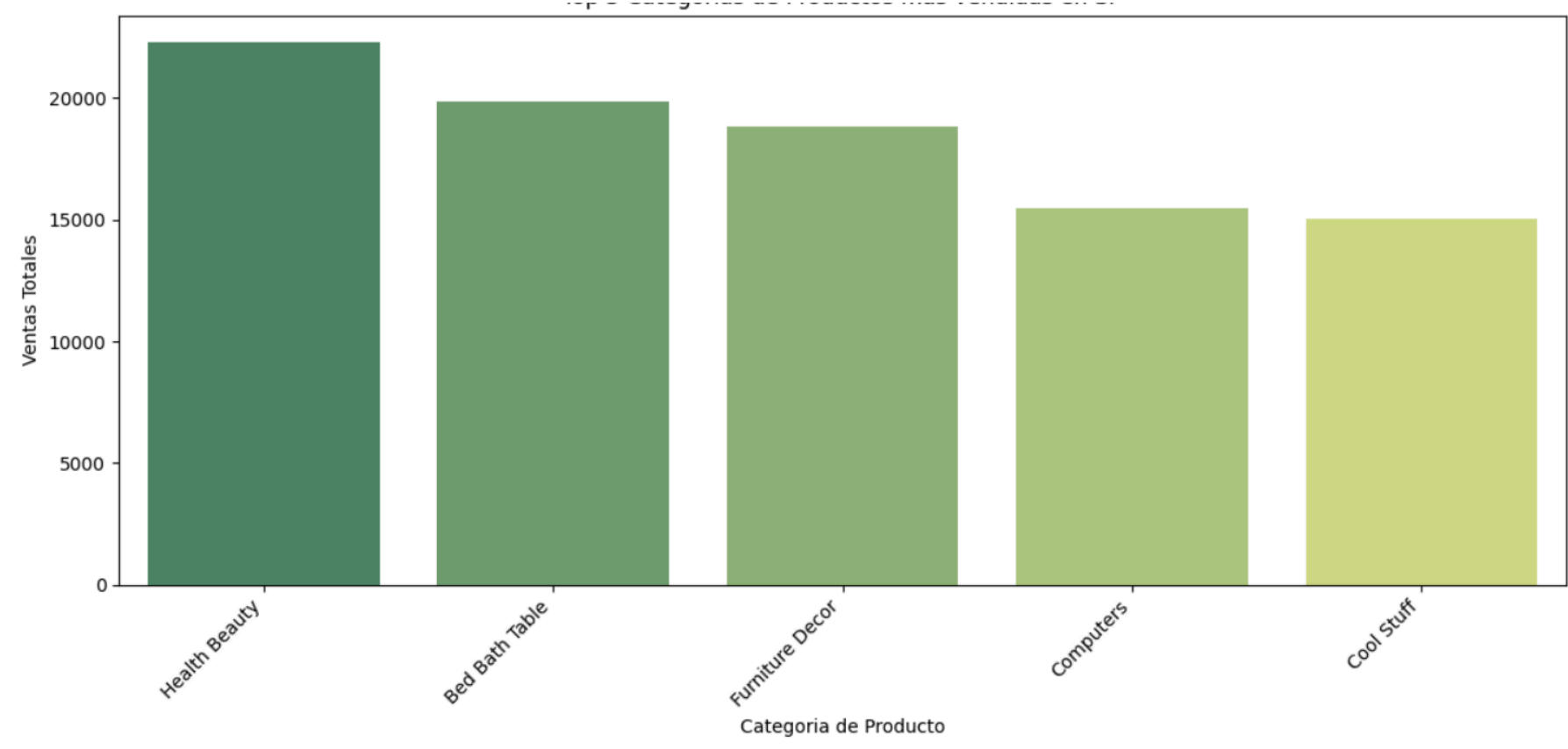
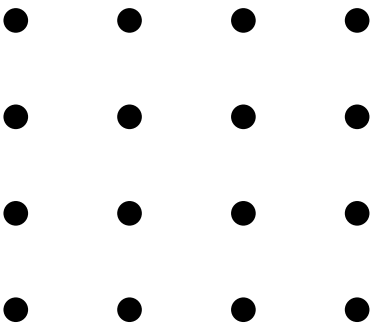
Ciudades de Sao Pablo

TOP 5

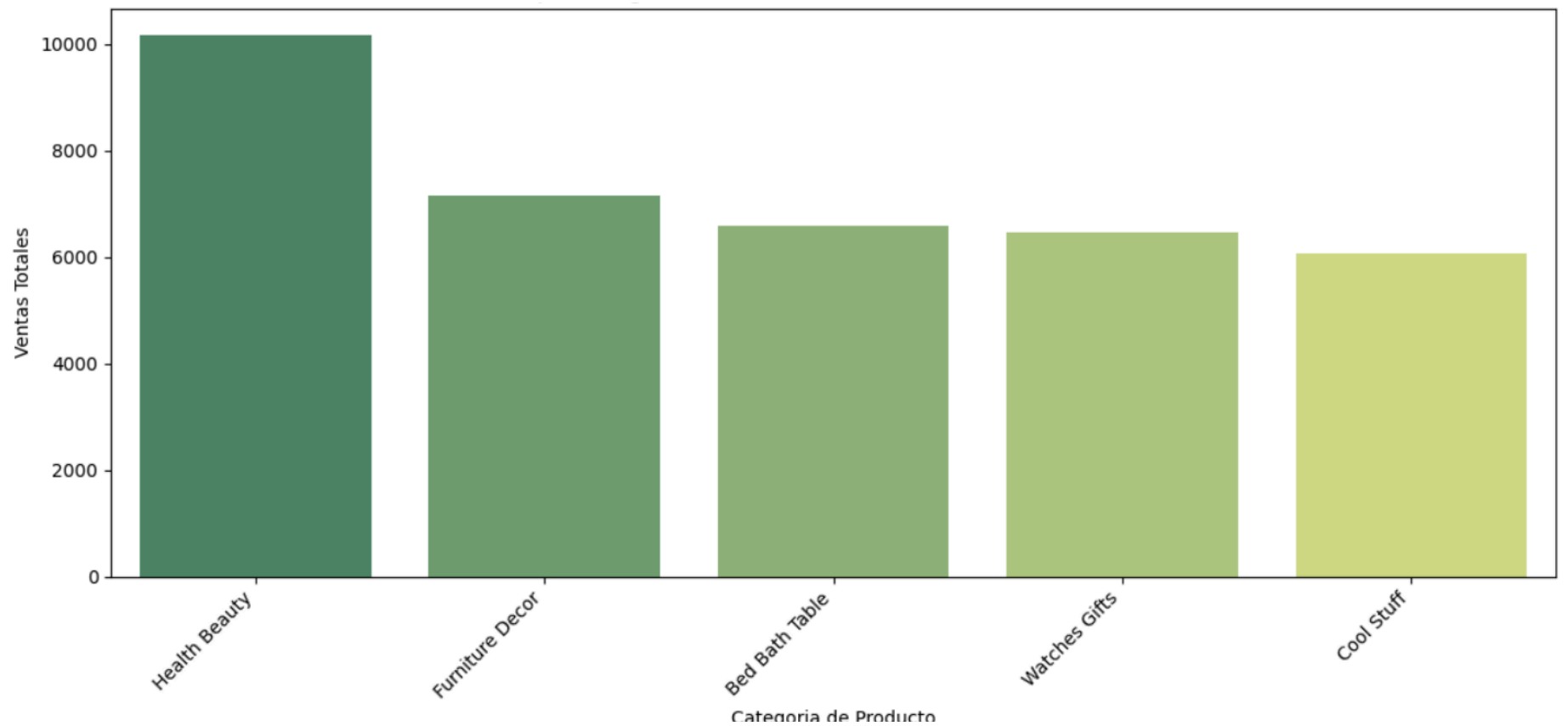
CATEGORIA DE PRODUCTOS MAS VENDIDOS



CATEGORIA DE PRODUCTOS MAS VENDIDOS

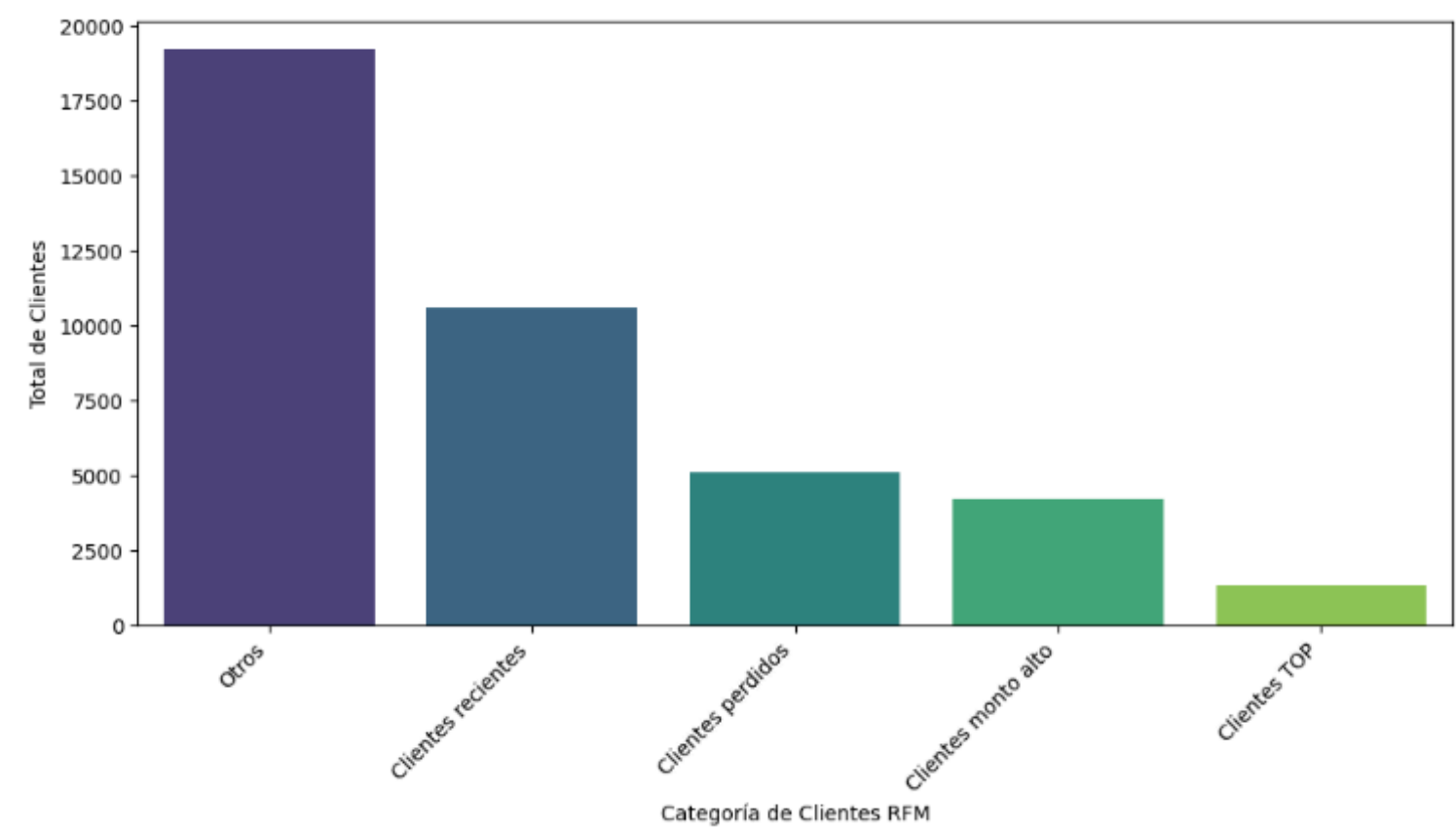
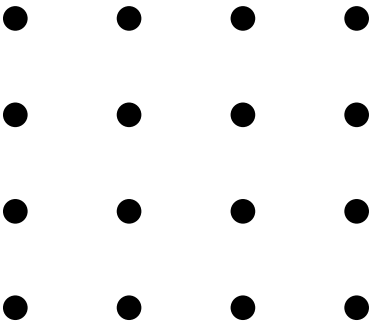


EN SP

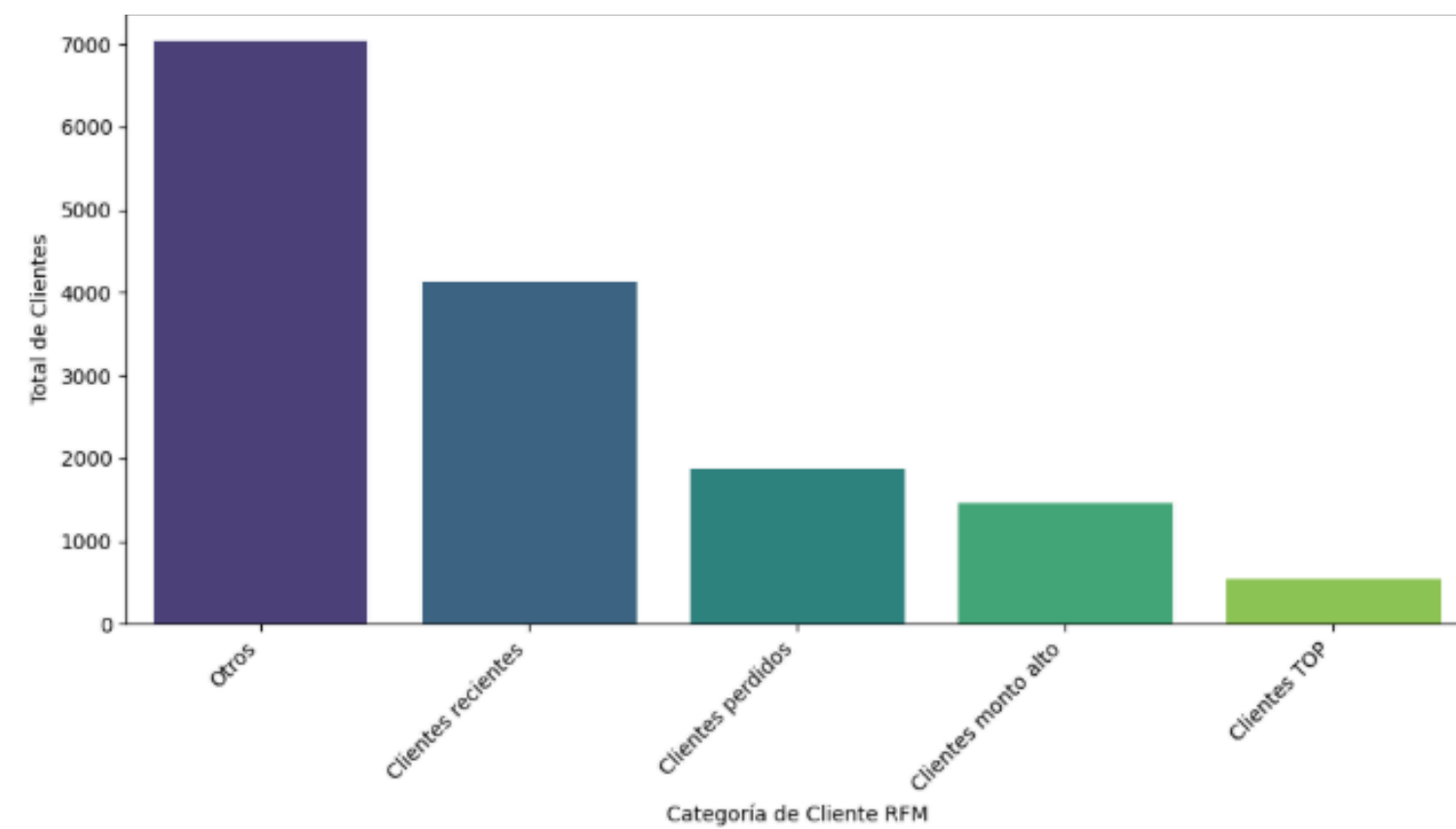


EN SAO PAULO

DISTRIBUCION DE CATEGORIA RFM

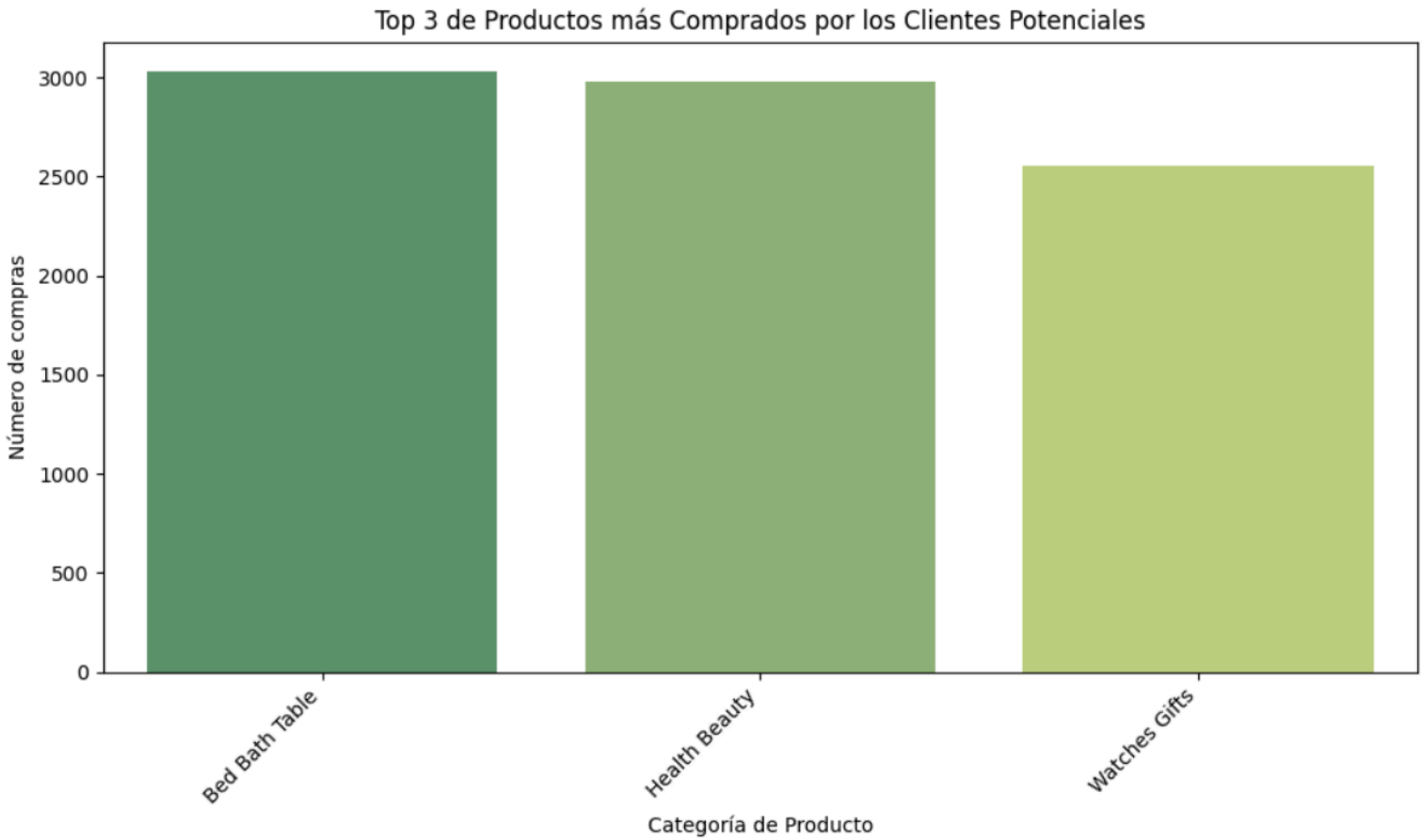
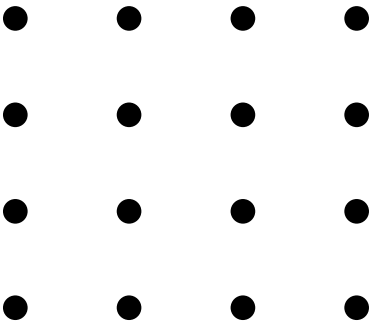


EN SP

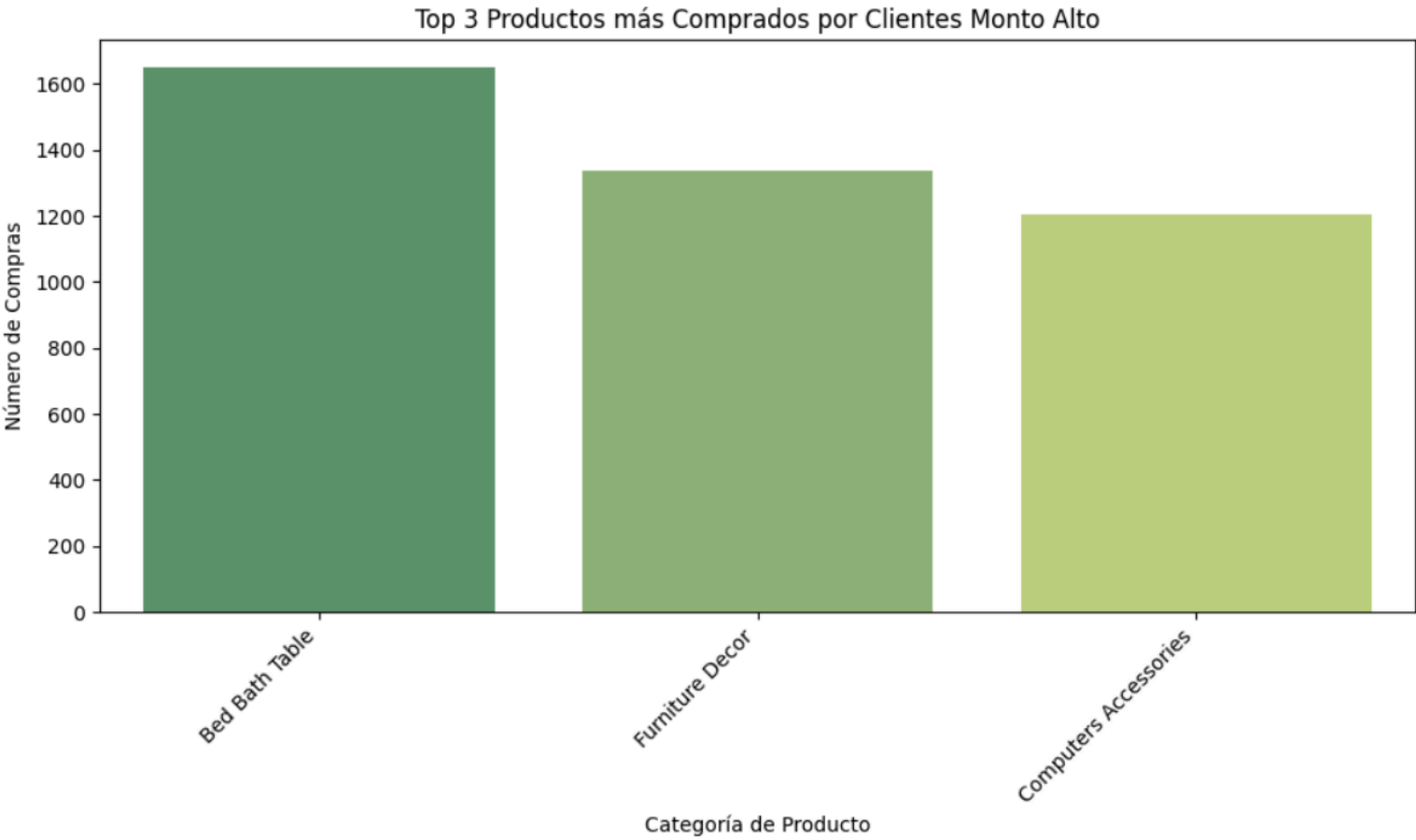


EN SAO PAULO

PRODUCTOS MAS COMPRADOS POR CLIENTES RFM

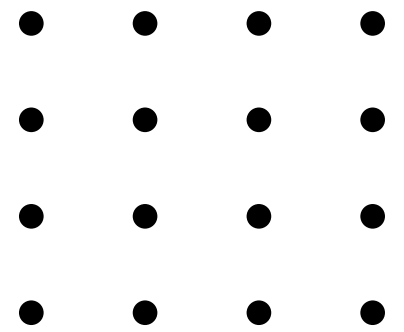
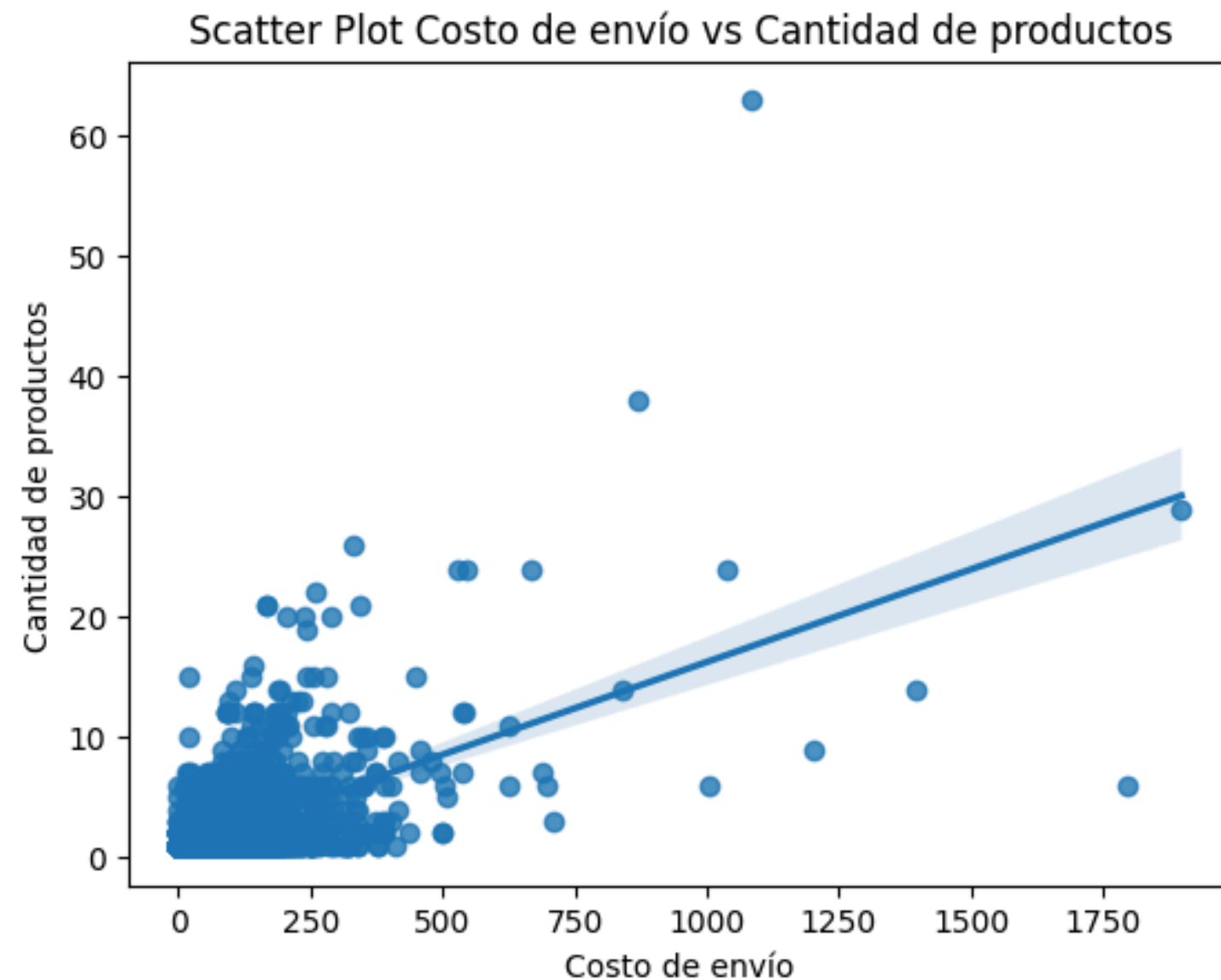


POTENCIALES



MONTO ALTO

CORRELACIÓN DE VARIABLES



Existe una relación positiva ($r=0.55$) entre el costo de envío y la cantidad de productos de una orden. Mientras más productos tiene la orden mayor es el valor a cancelar por el cliente por el despacho.

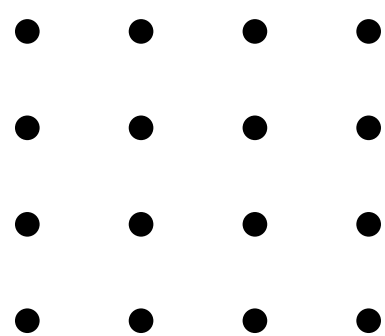


RECOMENDACIONES & CONCLUSIONES



RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

- Realizar campañas de aumento de frecuencia debe ser clave para poder mejorar la analítica de cliente y toma de decisiones.
- Incentivar siguiente compra a través de descuentos personalizados o campañas de comunicación al cliente.
- El punto clave es la frecuencia, en los dos grupos objetivos:
 - Clientes Potenciales: incentivar recompra rápida
 - Clientes Monto Alto: reactivarlos con experiencias exclusivas y de alto valor percibido.



**MUCHAS
GRACIAS**

